

Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Rancagoong, Kecamatan Cilaku, Kabupaten Cianjur

Akhmad Sutoni¹, Mochamad Rama Randany²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Universitas Suryakencana, Cianjur, Indonesia

Jl. Pasir Gede Raya, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia

E-mail : tbungsu13@gmail.com¹, ramaramdhany07@gmail.com²

ABSTRAK

Masalah yang terjadi pada industri rumahan atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Rancagoong, kecamatan Cilaku, kabupaten Cianjur adalah mengenai kualitas produk. Kesadaran untuk menjaga kualitas produk. Adapun beberapa faktor yang menentukan kualitas produk di antaranya adalah produk yang bersih secara bahan dan proses (higienis), keamanan produk (tidak menggunakan bahan dan pewarna kimia), tampilan produk, dan kemasan produk.. Solusi yang diberikan adalah memberikan pendampingan , berupa penyuluhan dan pelatihan, terhadap UMKM yang ada di desa Rancagoong tersebut. Target Luaran lainnya adalah peningkatan keberdayaan mitra sesuai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu pengetahuan, dan keterampilan dari pelaku UMKM meningkat. Begitu juga dengan jumlah produk, kapasitas produksi, jumlah asset, jumlah omset, dan kemampuan manajemen meningkat. Rencana kegiatan yang akan dilakukan adalah pendampingan dan pelatihan tentang produksi yang berkualitas. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar pelaku UMKM meningkat dalam pengetahuan dan keterampilan. Hasil yang didapat oleh pelaku UMKM adalah produk yang layak edar, produk bisa dipasarkan secara luas, keamanan produk terjamin, dan kepercayaan pembeli meningkat.

Kata kunci : Kualitas Produk, Inovasi Produk, Pemberdayaan Masyarakat, UMKM, Home Industry. Pemberdayaan Ekonomi.

ABSTRACT

The problem that occurs in home industries or Small and Medium Enterprises (SMEs) in Rancagoong village, Cilaku sub-district, Cianjur district is about product quality. Awareness to maintain product quality. There are several factors that determine product quality, including products that are clean in terms of materials and processes (hygienic), product safety (not using chemical substances and dyes), product appearance, and product packaging. The solution given is to provide assistance, in the form of counseling and training, for SMEs in the village of Rancagoong. Another target output is increasing partner empowerment according to the problems faced by SMEs, namely increasing knowledge and skills of SMEs players. Likewise, the number of products, production capacity, number of assets, total turnover, and increased management capabilities. The activity plan that will be carried out is assistance and training on quality production. The purpose of this activity is for SMEs players to increase in knowledge and skills. The results obtained by SMEs players are products that are fit for distribution, products can be widely marketed, product safety is guaranteed, and buyer confidence increases.

Keyword : Product Quality, Product Innovation, Community Empowerment, MSMEs, Home Industry, Economic Empowerment.

1. PENDAHULUAN

Desa Rancagoong masuk dalam wilayah kecamatan Cialku, kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Yang letaknya tidak jauh dari kota Cianjur. Penduduknya Mayoritas bertani dan buruh tani. Namun demikian banyak juga penduduk Desa Rancagoong yang mempunyai usaha rumahan (*Home Industry*) membuat makanan ringan Khas Desa Rancagoong seperti Opak, Kolontong, Jamur, Keripik, dan kerupuk Makaroni, Ikan *Chrispy* dan Tutut Rebus. Untuk jenis minuman yaitu Minuman Temulawak. Selain itu ada juga industri rumahan berupa kedai makanan, Adapun beberapa Kedai makanan yang ada di desa Rancagoong di antaranya Kedai Bakso, Seblak, dan Ayam Bakar.

Target Luaran dalam program pendampingan ini adalah peningkatan keberdayaan mitra sesuai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu pengetahuan, dan keterampilan dari pelaku UKM meningkat. Begitu juga dengan jumlah produk, kapasitas produksi, jumlah asset, jumlah omset, dan kemampuan manajemen meningkat.

Permasalahan UMKM yang ada di desa Rancagoong semakin terpuruk juga karena adanya Pandemi Covid-19. Dikutip dari situs WHO. Sampai pada 13 Agustus 2020 pagi tercatat bahwa jumlah kasus Covid-19 mencapai angka 20.785.726 orang. Dampak penyebaran penyakit Covid-19 sangat besar terhadap berbagai sektor terutama dalam perekonomian. Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang paling terdampak.

UMKM adalah usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014).

Dikutif dari berita Kompas dalam <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all>

(Putri, 2019), berikut ini sumbangan UMKM terhadap perekonomian Indonesia: UMKM menyerap hingga 89,2 persen dari total tenaga kerja. UMKM menyediakan hingga 99 persen dari total lapangan kerja. UMKM menyumbang 60,34 persen dari total PDB nasional. UMKM menyumbang 14,17 persen dari total ekspor. UMKM menyumbang 58,18 persen dari total investasi

Namun, berdasarkan hasil penelitian Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) yang dimuat dalam <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5ed7c7e8cbb2a/survei-ilo-70-umkm-di-indonesia-setop-produksi-akibat-covid-19> (Alika, 2020) melakukan survei mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap 571 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hasilnya, 70% UMKM menyatakan berhenti produksi akibat Covid-19. Survei dilakukan pada 6-24 April 2020 terhadap UMKM yang tersebar di Indonesia. Responden sebagian besar merupakan perusahaan formal. Terkait hal itu, ILO pun menemukan ada sekitar 63% UMKM menghentikan dan meminta karyawannya untuk cuti berbayar atau tidak berbayar. Selain itu, ada pula karyawan UMKM yang telah terdampak Pemutusan Hubungan Kerja.

Usaha rumah tangga/ UMKM biasanya menggunakan potensi sumber daya yang ada di daerah tersebut. Salah satunya sumber daya alam. Potensi sumber daya di suatu daerah bisa dipilih menjadi produk unggulan di daerah tersebut. Sumber daya, bisa sumber daya alam maupun sumber daya manusia berupa keahlian. Hal ini didapat dengan menggunakan beberapa kriteria diantaranya sumber daya alam yang melimpah, kesiapan pemerintah, dan

keunikan dari produk yang akan dihasilkan (Sutoni, 2018).

Konsep pemberdayaan bertujuan untuk menemukan alternatif-alternatif baru dalam pembangunan masyarakat. Pembangunan tidak lagi berpusat pada pemerintah tetapi juga dilakukan oleh masyarakat itu sendiri. Hal ini agar komunitas di tingkat Mikro terjangkau dan mendapat pengaruh. (Hikmat, 2006).

Menurut Wrihatnolo dan Dwijowijoto pemberdayaan melalui proses atau tahapan. Yaitu tahapan penyadaran, *capacity building*, dan pendayaan. Tahap penyadaran merupakan tahap dimana target yang hendak diberdayakan diberi “pencerahan” dalam bentuk pemberian penyadaran bahwa mereka mempunyai hak untuk mencapai “sesuatu”. (Wrihantolo, dkk., 2007).

Sumodingrat menyatakan Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat merupakan usaha ekonomi yang menjadi sumber penghasilan keluarga. Ekonomi rakyat berbeda dengan ekonomi kerakyatan. Ekonomi rakyat merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat itu sendiri dengan menggunakan sumber daya yang mereka miliki dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, yaitu pangan, sandang, dan papan. Sedangkan ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan rakyat (Sumodiningrat, 1999).

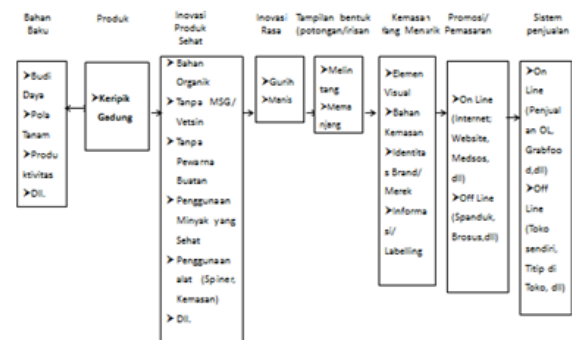
Menurut Sutoni dan Masrofah (2018), dalam Inovasi sebuah produk makanan di UMKM dibutuhkan beberapa hal penting, yaitu :

1. Pemodalan
2. Ketersediaan Bahan Baku
3. Inovasi produk yang sehat dan higienis
4. Inovasi Rasa
5. Tampilan bentuk potongan/ bentuk irisan
6. Kemasan yang menarik (bungkus)
7. Promosi

8. Sistem Penjualan

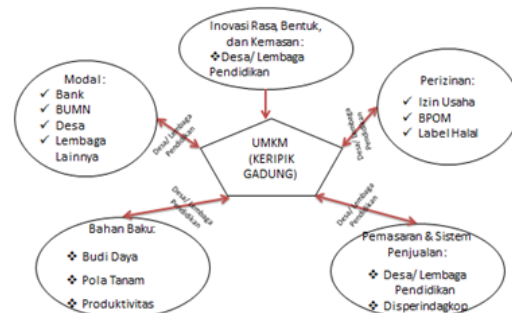
9. Manajemen Usaha

Adapaun konsep pengembangan Inovasi menurut Sutoni dan Masrofah (2018) mengenai konsep Inovasi Keripik Gadung bisa dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Konsep pengembangan inovasi keripik Gadung.

Adapaun konsep pembinaan Inovasi menurut Sutoni dan Masrofah (2018) dalam penelitiannya tentang Konsep Inovasi Keripik Gadung adalah bisa dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Konsep pembinaan inovasi keripik Gadung.

Dalam membuat Kualitas Produk yang baik juga harus didukung oleh pemasaran yang baik. Kita mempromosikan bahwa produk kita layak untuk dibeli, karena mempunyai kualitas produk yang baik, baik dalam proses maupun distribusi.

Pemasaran adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka

butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, Philip. 1985) .

Rencana strategis pemasaran menurut (Assauri, Sofjan. 2008) mempunyai ciri penting, yaitu :

1. Penyusunannya melihat perusahaan secara keseluruhan.
2. Dampak kegiatan yang direncanakan bersifat menyeluruh.
3. Diusahakan dalam memahami kekuatan yang bisa mempengaruhi perkembangan perusahaan dalam penyusunannya.
4. Jadwal dan waktu yang ditentukan adalah yang sesuai dan juga mempertimbangkan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan.
5. Penyusunan rencana dilakukan secara realistis dan relevan dengan lingkungan yang dihadapi.

Yang dimaksud pemberdayaan ekonomi rakyat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan ekonomi rakyat adalah kendala struktural, maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural. Pemberdayaan ekonomi dapat berupa program pengembangan sistem pendukung usaha UKM dan pemberdayaan usaha skala mikro (Suharto, Edi. 2004)

2. PERMASALAHAN

Permasalahan UMKM yang ada di desa Rancagoong yaitu kurang sadarnya pelaku UMKM terhadap Kualitas Produk, terutama mengenai Kebersihan dan Kesehatan Produk, baik dalam proses pengolahan, Proses sesudah pengolahan, Kemasan, dan tampilan produk. Sehingga produk-produk tersebut kurang diminati. Hal ini berdampak pada omset penjualan

dan keuntungan. Apalagi di masa Pandemi Covid-19 sekarang ini, penjualan sangat drastic menurun. Hal ini menyangkut juga dalam hal pemasaran. Pemasaran dilakukan masih secara tradisional, dari mulut ke mulut, dan dijual secara berkeliling. Jika pelaku UMKM sudah menyadari pentingnya Kualitas Produk, ke depannya bisa didaftarkan/ dibuatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Dengan mempunyai Sertifikat ini, diharapkan masyarakat/ Konsumen lebih percaya terhadap produk yang dibuat oleh UMKM yang ada di desa Rancagoong. Tetapi Sertifikat tersebut bisa didapat, jika UMKM sudah melakukan persyaratan Proses Produksi secara berkualitas. Jika konsumen percaya terhadap produk secara berkualitas maka akan ada manfaat lain yaitu produk sudah layak beredar, produk bebas dipasarkan secara luas, keamanan dan mutu produk terjamin, kepercayaan pembeli meningkat. Hal ini akan berdampak meningkatnya nilai jual produk. Sehingga pemberdayaan masyarakat akan berlangsung dengan baik.

3. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan UMKM yang ada di desa Rancagoong yaitu dengan Pengumpulan dan Analisis Data.

3.1. Pengumpulan Data

Adapun data-data yang diperlukan dalam pengabdian kepada masyarakat diperoleh dari :

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) adalah suatu bentuk komunikasi verbal, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan

berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis, khususnya pendampingan dalam meningkatkan kualitas produk. Wawancara ini dilakukan kepada pemilik industri rumahan, karyawan, sejumlah perangkat desa, dan masyarakat. Wawancara dilakukan untuk membahas tentang UMKM yang ada di desa Rancagoong yang sedang berjalan, permasalahan dan kendala yang dirasakan, dan keinginan-keinginan dalam meningkatkan kualitas produk .

2. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek. Observasi yang dilakukan kali ini adalah pengamatan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa . Observasi dilakukan langsung ke lapangan untuk mengetahui potensi UMKM yang ada di desa Rancagoong dan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dalam kualitas produksi. Apa saja yang telah dan sedang dilakukan dalam meningkatkan kualitas produk UMKM yang ada di desa Rancagoong.

Jenis dari Observasi/ penelitian ini merupakan jenis penelitian dan pengembangan atau *Research and Development* (R&D). Metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan dari produk tersebut (Sugiyono, 2015). Model R&D yang digunakan pada pendampingan ini sesuai dengan Thiagarajan, et. al (1974)

3. Dokumentasi (data sekunder) adalah data yang diperoleh dari tempat usaha, kantor desa, buku (ke pustakaan), Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Daerah, atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat

kaitannya dengan objek dan tujuan penelitian, khususnya peningkatan kualitas produk UMKM dalam pemberdayaan masyarakat.

3.2. Pengolahan dan Analisis Data

Tahapan selanjutnya setelah data-data terkumpul, maka dilakukan pengolahan dan analisis data. Data-data yang didapat berupa kejadian aktual dalam peningkatan kualitas produk. Baik itu yang telah dilakukan, sedang dilakukan, maupun keinginan yang akan dilakukan. Data-data di atas tersebut memuat semua kelemahan dan kelebihan yang terjadi dalam peningkatan kualitas produk UMKM di desa Rancagoong. Kelemahan yang ada adalah semua permasalahan yang terjadi. Sehingga dari pengolahan dan analisis data ini dibuat langkah-langkah untuk mencari solusinya. Metodologi menjelaskan teori pendukung, kronologis pengabdian, termasuk desain pengabdian, prosedur pengabdian (dapat dalam bentuk algoritma atau lainnya), cara untuk menguji dan akuisisi data.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri rumahan/ UMKM yang ada di desa Rancagoong, kecamatan Cilaku, kabupaten Cianjur merintis usaha berawal dari keinginan mereka untuk membantu menambah penghasilan keluarga. Pemasaran yang dilakukan hanya dijajakan keliling di sekitar desa atau tetangga desa. Khusus untuk Kedai Makanan, yang menikmati makan mereka selama ini juga hanya masyarakat desa setempat, atau orang di luar desa yang kebetulan mampir di desa Rancagoong. Sehingga dari segi hal pemasaran masih kurang dirasakan. Pemanfaatan teknologi belum dipakai untuk memuat promosi dan

pemasaran produk. Pemasaran masih dilakukan secara tradisional/ *offline*.

Hasil wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa selama ini UMKM tidak kurang peduli dan bukan prioritas terhadap kualitas produk. Mereka jarang memikirkan kebersihan produk, baik dalam proses produksi maupun sesuai proses produksi. Hal ini terjadi karena mereka belum paham bagaimana pentingnya Kualitas produk dalam penjualan dan keuntungan. Sehingga masih banyak produk diproses tidak higienis. Dan masih banyak Produk menggunakan bahan kimia yang berlebihan, seperti penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*), dan zat-zat kimia lain misalnya Borax.

Kondisi bauran pemasaran pada saat ini adalah sebagai berikut :

1. Kebersihan produk/ kehygienisan produk masih kurang. Baik dalam produk maupun kemasan.
2. Jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM di desa Rancagoong beragam.
3. Tampilan kemasan masih kurang bagus, dan masih dikemas dengan bahan yang tidak sesuai untuk makanan.
4. Tempat pemasaran sangat terbatas. Hanya konsumen di sekitar desa Rancagoong.
5. Promosi yang dilakukan selama ini, yaitu menawarkan kepada setiap pedagang tentang produk ini.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di desa Rancagoong maka dilakukan solusi, yaitu :

1. Kebersihan Produk harus menjadi Prioritas.
2. Kesehatan/ Higienis produk harus diperhatikan, terutama penggunaan zat-zat kimia harus sesuai takaran (Penggunaan MSG dan Zat pewarna), kalau bisa dihilangkan.

3. Penggunaan Zat beracun dan berbahaya tidak boleh menjadi bahan pencampur produk (Misalnya penggunaan Borax, dll)
4. Kebersihan Perlengkapan dan peralatan produksi harus terjamin.
5. Kebersihan Kemasan.

Kualitas Produk tersebut adalah Kualitas Produk secara keseluruhan. Mulai Proses dan Rantai Pasok. Dimulai dari pengadaan Bahan dari Supplier, sampai distribusi kepada konsumen. Perlengkapan dan Peralatan, Proses Produksi, Proses Pengemasan, sampai kepada distribusi ke konsumen.

Tambahan lain dalam mendukung Kualitas produk ini adalah Merk dan Rasa. Merk merupakan nama atau panggilan yang akan dicapkan di setiap produk yang dipasarkan. Merk ini umumnya berfungsi untuk menciptakan persepsi konsumen. Merk memudahkan perusahaan mendapatkan loyalitas pelanggan dan untuk menetapkan harga jual yang tinggi. Merk juga bisa menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk samping ini dengan usaha lainnya. Pembuatan logo baru dengan tampilan yang lebih menarik. Untuk Rasa, harus dibuat varian rasa produk UMKM di desa Rancagoong

Untuk kemasan produk dibuat semenarik mungkin. Misalnya dengan pembuatan logo, dll. Penggunaan kemasan ini dalam produk UMKM bertujuan untuk membuatnya terlihat “kekinian” dan lebih menarik.

Untuk Pemasaran produk melalui media sosial. Untuk pemasaran produk yang lebih luas dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp dan Instagram. Media sosial sangat membantu untuk memasarkan produk dengan efektif dan murah. Media sosial juga memiliki beberapa perbedaan dengan media komunikasi pemasaran lainnya, yaitu Always On and Everywhere (Powers dkk, 2012).

Penyebaran informasi selain dilakukan oleh pemilik melalui media social, tetapi juga harus ada feedback dari konsumen/ pembeli (Khammash, 2008).

Dalam proses pengembangan produk ke arah yang lebih baik, dilakukan pendampingan dengan melakukan pelatihan untuk cara proses produksi yang berkualitas. Pengadaan Bahan, Proses Produksi, Kemasan, dll.

5. KESIMPULAN

Pelaku UMKM yang ada di desa Rancagoong, kecamatan Cilaku, kabupaten Cianjur setelah dilakukan pendampingan dalam Meningkatkan Kualitas Produk mulai bertambah pengetahuan dan keterampilannya. Hasil yang didapat oleh pelaku UMKM adalah produk yang layak edar, produk bisa dipasarkan secara luas, keamanan produk terjamin, dan kepercayaan pembeli meningkat. Hal ini ke depannya bisa didaftarkan untuk mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Mereka mengerti seberapa besar arti Kualitas Produk. Sehingga hal ini akan meningkatkan Penjualan. Peningkatan Penjualan akan berdampak pada peningkatan aset, omset, dan jumlah tenaga kerja. Sehingga keuntungan akan semakin meningkat pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Alika, Rizky. 2020. Survei ILO: 70% UMKM di Indonesia Setop Produksi Akibat Covid-19. <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5ed7c7e8cbb2a/survei-ilo-70-umkm-di-indonesia-setop-produksi-akibat-covid-19>. Diakses pada Kamis 13 Agustus 2020.
- Assauri, Sofjan 2008. Manajemen Produksi dan Operasi (Edisi Revisi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Depok-Jawa Barat.
- Aufar, Arizali. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei Pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung).
- Hikmat, Harry. 2006. Strategi Pemberdayaan Masyarakat. Humaniora Utama, Jakarta.
- Khammash, M. 2008. Electronic World-of-Mounth: Antecedents of Readig Customer Review in On-line Opinion Platforms: A Quantitive Study From the UK Market. ADIS International Conference.
- Kotler, Philip. 1985. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat, Printice Hall, Edisi Indonesia.
- Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Cianjur Tahun 2011 - 2031 Bagian Ketiga Paragraf 6 Kawasan Peruntukan Perindustrian Pasal 39
- Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. Digital and Social Media in The Purchase Decision Process, Journal of Advertising Research.
- Putri, Arum S. 2019. Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all>. Diakses pada Kamis 13 Agustus 2020.

- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2004. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial. Refika Aditama, Bandung.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. Pemberdayaan Masyarakat. P.T. Gramedia Puataka Utama, Jakarta.
- Sutoni, A. 2018. Determination Of Regional Main Products With Fuzzy Logic Approach In Regional Sula Island Of North Maluku Province. Proceeding of International Conference on Digital Arts, Media and Technology (ICDAMT), Pha Yao University, Chiang Rai, Thailand.
- Sutoni, A. 2018. Konsep Inovasi Keripik Gadung dalam Pemberdayaan Masyarakat di desa Kutawaringin, kecamatan Mande, kabupaten Cianjur. Jurnal IKRA-ITH Abdimas, Vol. 1 No. 2. UPI YAI, Jakarta.
- Thiagarajan, S., Semmel, D. S & Semmel, M. I. 1974. Instructional Development for Training Teachers of Exceptional Children. Minneapolis, Minnesota: Leadership Training Institute/Special Education, University of Minnesota.
- Wrihantolo, Randy R. dan Dwidjowijoto, Rianto Nugroho. 2007. Manajemen Pemberdayaan : Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat. P.T. Elex Media Komputindo. Jakarta.